

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ONLINE TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI PASAR MODAL SYARIAH
(STUDI PADA NASABAH MANDIRI SEKURITAS
BANDAR LAMPUNG)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

Oleh:

**DIKY PURNAMA JOHAN
NPM. 1351020058**

Jurusan : Perbankan Syariah



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1441 H /2020 M**

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ONLINE TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DI PASAR MODAL SYARIAH
(STUDI PADA NASABAH MANDIRI SEKURITAS
BANDAR LAMPUNG)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)**

Oleh:

**DIKY PURNAMA JOHAN
NPM. 1351020058**

Jurusan : Perbankan Syariah

**Pembimbing I : Dr. Hj. Heni Noviarita, S.E., M.Si
Pembimbing II : Femei Purnamasari, S.E., M.Si**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1441 H /2020 M**

ABSTRAK

Penelitian skripsi ini di mulai dengan beberapa hal yang melatarbelakangi-nya yaitu program peningkatan jumlah investor lokal yang di gaungkan oleh pemeintah dan stakeolder terkait. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas layanan online dan fitur website suatu perusahaan sekuritas terhadap kepuasan nasabah (investor) di pasar modal khususnya layanan syariah. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif dan penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*) yang bersifat *asosiatif* yaitu penelitian yang memiliki sifat hubungan antara dua variabel. Sumber data berupa data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data terdiri dari melakukan penyebaran jajak pendapat atau kuesioner, wawancara singkat dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah sebesar 36 orang dengan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 36.

Untuk proses analisis data menggunakan analisis regresi sederhana, uji t dan koefisien determinasi (R^2) dengan Kualitas Layanan Online sebagai variabel X (*independen*) dan Kepuasan Nasabah sebagai variabel Y (*dependen*). Variabel kualitas layanan *online* (*efficiency, fullfilment, system availability* dan *privacy*) berpengaruh positif secara bersama-sama (*simultan*) terhadap kepuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat nilai F_{hitung} sebesar 12.992 yang lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2.69. Nilai signifikansi 0.001 lebih kecil dari 0.05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama kualitas layanan *online* (*efficiency, fullfilment, system availability, dan privacy*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai *Adjusted R square* sebesar 0.626 artinya sebesar 62.6% variabel kualitas layanan *online* (*efficiency, fullfilment, system availability, dan privacy*) mempengaruhi perubahan variabel kepuasan nasabah sedangkan sisanya 48.4% lagi dipengaruhi oleh variabel lain di luar dari variabel kualitas layanan *online* (*efficiency, fullfilment, system availability dan privacy*). Artinya nilai keterpengaruhan yang cukup besar antara variabel bebas terhadap variabel terikat pada penelitian ini yaitu mencapai 34.6%, maka model kombinasi kedua variabel bebas yaitu kualitas layanan *online* (*efficiency, fullfilment, system availability dan privacy*) apabila dijalankan dengan maksimal dapat digunakan untuk mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

Kata Kunci : *Kualitas Layanan Online, Kepuasan Nasabah, MOST (Mandiri Sekuritas Online Trading), Pasar Modal Syariah, Mandiri Sekuritas Bandar Lampung.*



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl.Let.Kol.H.Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung Telp (0721) 703260

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Nasabah Mandiri Sekuritas Bandar Lampung)**

Nama : **Diky Purnama Johan**

NPM : **1351020058**

Jurusan : **Perbankan Syariah**

Fakultas : **Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

MENYETUJUI

Untuk Dimunaqosahkan dan Dipertahankan dalam Sidang Munaqosah
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Hj. Heni Novianta, S.E., M.Si
NIP. 196511201992032002

Femei Purnamasari, S.E., M.Si
NIP. 19830815006042004

Mengetahui
Ketua Jurusan

Dr. Erike Anggraeni., M.E. Sy.
NIP. 198208082011012009



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat : Jl.Let.Kol.H.Endro Suratmin Sukarame 1 Bandar Lampung Telp (0721) 703260

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Nasabah Mandiri Sekuritas Bandar Lampung)** disusun oleh: Diky Purnama Johan, NPM: 1351020058, Program Studi: Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung pada Hari/tanggal: Kamis, 03 Desember 2020.

TIM MUNAQASYAH

Ketua Sidang : Dr. Erike Anggraeni, M.E.Sy (.....)

Sekertaris : M. Yusuf Bahtiar, M.E (.....)

Penguji I : Muhammad Kurniawan, M.E.Sy (.....)

Penguji II : Dr. Hj. Heni Noviarita, S.E., M.Si. (.....)

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Raden Intan Lampung**

**Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I.,
NIP.19580824 198903 1 003**

MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ إِنَّ اللَّهَ مَعَ الصَّابِرِينَ ﴿١٥٣﴾

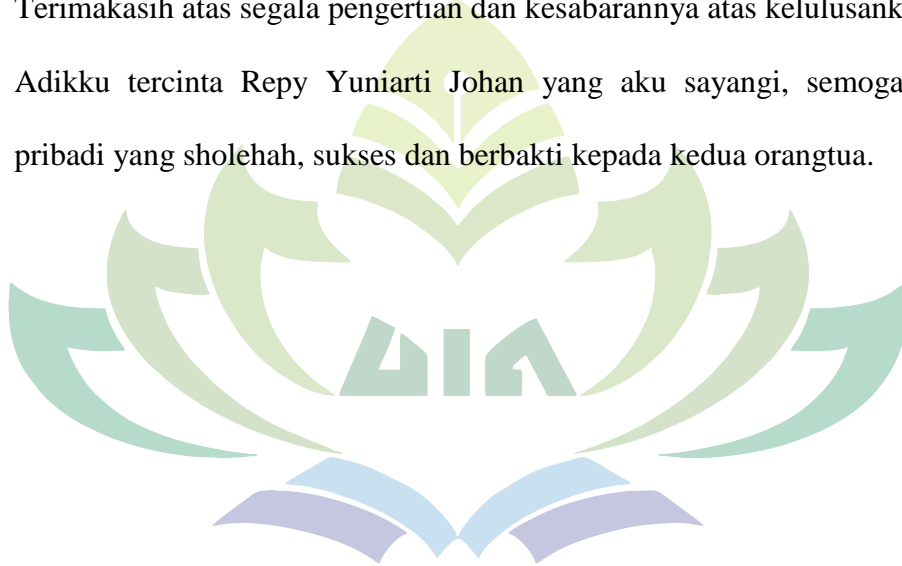
Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, Sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar.



PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT skripsi ini ku persembahkan kepada:

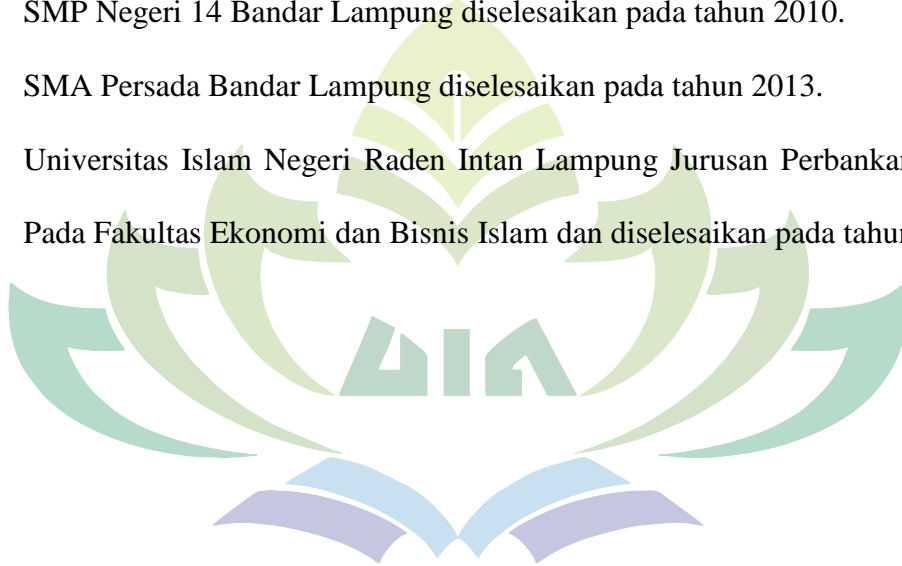
1. Kedua orangtuaku tercinta, Ayahanda Johan Ahmadi dan Ibunda Tumiati yang sangat saya sayangi. Orangtua yang selalu memberikan doa dan dukungan terbaik atas segala cita-cita, pendidikan dan kesuksesanku. Terimakasih untuk segala kasih sayang, pengorbanan, dukungan serta doa yang tiada henti. Terimakasih atas segala pengertian dan kesabarannya atas kelulusanku.
2. Adikku tercinta Repy Yuniarti Johan yang aku sayangi, semoga menjadi pribadi yang sholehah, sukses dan berbakti kepada kedua orangtua.



RIWAYAT HIDUP

Diky Purnama Johan dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 20 Desember 1994. Merupakan anak pertama dari pasangan Bapak Johan Ahmadi dan Ibu Tumiati. Penulis memulai jenjang pendidikannya dimulai dari:

1. TK Al Huda 1 Sumberejo di selesaikan pada tahun 2001.
2. SD Negeri 4 Sumberejo di selesaikan pada tahun 2007.
3. SMP Negeri 14 Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2010.
4. SMA Persada Bandar Lampung diselesaikan pada tahun 2013.
5. Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung Jurusan Perbankan Syariah Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan diselesaikan pada tahun 2020.



KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpah taufik serta hidayah-Nya berupa ilmu pengetahuan, petunjuk, kesehatan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Nasabah Mandiri Sekuritas Bandar Lampung)”**. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW dan juga keluarga, sahabat, serta para umat yang senantiasa istiqomah berada di jalan-Nya.

Skripsi ini merupakan bagian dan persyaratan untuk menyelesaikan studi pendidikan program Strata Satu (S1) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.). atas terselesaikannya skripsi ini tak lupa penulis mengucapkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bimbingan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Dr. Erike Anggraeni., M.E. Sy. sebagai Ketua Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

3. Ibu Dr. Hj. Heni Noviarita, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak waktu untuk ilmunya, bimbingannya dan selalu memberikan motivasi selama pengerjaan tugas akhir skripsi ini.
4. Ibu Femei Purnamasari, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, juga motivasinya.
5. Bapak/Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah berdedikasi dan memberikan inspirasi, nilai-nilai moral, ilmu agama dan ilmu pengetahuannya selama menempuh pendidikan.
6. Pimpinan dan karyawan perpustakaan Fakultas Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam dan Perpustakaan Pusat UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan akses dan fasilitas selama menempuh studi.
7. Bapak Abdul Rasyid selaku Pimpinan Cabang Mandiri Sekuritas Bandar Lampung yang telah membantu dan mengizinkan melakukan penelitian dan pengambilan data, serta bimbingan pembuatan koesioner penelitian.
8. Mba Devi dan Mba Via selaku Pegawai Mandiri Sekuritas Bandar Lampung yang membantu saya dalam mengumpulkan sumber data dan memberikan informasi-informasi yang dibutuhkan selama masa penelitian.
9. Teman-teman Kelompok Kuliah Taaruf (KULTA) 2013.
10. Teman-teman Jurusan Perbankan Syariah Angkatan 2013 khususnya Kelas A.
11. Teman-teman KKN 161 Desa Pagelaran, Kabupaten Pringsewu 2016.
12. Teman-teman Program Magang BNI Syariah Tanjung Karang 2016.
13. Teman-teman seperjuangan Evi, Ikro, Isna, Pay, Ardian, Sangga, Hamdi, Eri, Shofi, Heti, Septika, Nova.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu kepada para pembaca kiranya dapat memberi masukan dan saran-saran guna kesempurnaan hasil penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menjadi sumbangan pemikiran untuk ilmu pengetahuan, khususnya ilmu-ilmu ke-Islaman di abad modern seperti saat ini.

Bandar Lampung, 20 Desember 2020

Penulis,

Diky Purnama Johan



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK	ii
PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	2
C. Latar Belakang	3
D. Rumusan Masalah	13
E. Tujuan Penelitian	14
F. Manfaat Penelitian	14
G. Ruang Lingkup.....	15
H. Penelitian Terdahulu	15

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kualitas Layanan Online.....	17
B. Fitur Website.....	17
C. Kepuasan Nasabah	31
D. Pasar Modal Syariah	36
1. Definisi Pasar Modal.....	36
2. Fungsi Pasar Modal.....	37
3. Jenis-jenis Pasar Modal.....	38
4. Pasar Modal Syariah	39

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	51
1. Jenis Penelitian.....	51
2. Sifat Penelitian	51
B. Sumber Data.....	52
C. Teknik Pengumpulan Data.....	53
1. Metode Kuesioner	53
2. Dokumentasi	54
D. Populasi dan Sampel	55
E. Teknik Pengolahan Data Analisis Data.....	56
1. Uji Validitas	57
2. Uji Reabilitas.....	58
3. Uji Normalitas	59
4. Uji Linearitas.....	60
5. Uji Homogentitas	61
F. Alat Uji Hipotesis.....	61
1. Uji Regresi Linear Sederhana	61
a. Uji Koefesien Determinasi (R^2)	62
b. Uji Koefesien Regresi Sederhana (Uji T)	62
c. Definisi Operasional Variabel.....	63

BAB IV ANALISIS DATA

A. Hasil Penelitian	67
1. Gambaran Umum Pasar Modal Syariah.....	67
2. Gambaran Umum PT Mandiri Sekuritas Bandar Lampung..	67
B. Karakteristik Responden	77
C. Gambaran Distribusi Jawaban Responden.....	78
1. Variabel Kualitas Layanan Online (X)	78
2. Variabel Kepuasan Nasaba (Y)	78
D. Hasil Penelitian Analisis Data.....	79
1. Uji Validitas	77

2. Uji Reliabilitas	81
E. Analisis Data Kuantitati	82
1. Uii Koeisien Determinasi Parsial.....	82
2. Uii Koeisien Determinasi Simultan	
F. Analisis Regresi Linier Berganda	86
1. Uii Hipotesis Parsial.....	83
2. Uii Hipotesis Simultan	91
G. Pembahasan	93
1. Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pasar Modal Syariah.....	86
2. Pengaruh Fitur Website Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pasar Modal Syariah	88
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	97
B. Saran.....	98
 DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data Jumlah Peningkatan Pasar Modal.....	07
2. Perbandingan Indeks Saham Syariah Dengan Indeks Seluru Saham...	10
3. Daftar Tabel Populasi	55
4. Daftar Tabel Sampel	56
5. Jasa Dan Layanan Komprehensif Mandiri Sekuritas Service	69
6. Distribusi Karakteristik Responden	77
7. Jawaban Responden Dimensi <i>Efficiency</i> (Efisiensi)	78
8. Jawaban Responden Dimensi <i>Fulfillment</i> (Pemenuhan Informasi)	79
9. Jawaban Responden Dimensi <i>System Available</i> (Ketersediaan Sistem)	79
10. Jawaban Responden Dimensi <i>Privacy</i> (Kerahasiaan)	80
11. Jawaban Reponden Variabel Y (Kualitas Layanan Online)	80
12. Hasil Uji Validitas Item Kuesioner Penelitian	81
13. Hasil Uji Reliabilitas Dari Kuesioner Penelitian	82
14. Hasil Uji Normalitas	82
15. Hasil Uji Linearitas	83
16. Hasil Uji Homogentitas.....	83
17. Hasil Regresi Linier Sederhana.....	84
18. Hasil Koefesien Determinasi (R^2).....	85
19. Hasil Uji t	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1. Model Kerangka Pemikiran Indikator	43
---	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menguraikan lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini untuk menghindari kekeliruan bagi pembaca. Oleh karena itu untuk menghindari kesalahan tersebut diperlukan penjelasan dan adanya pembatasan terhadap arti kalimat dalam skripsi ini, dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud.

Adapun judul skripsi ini adalah **“Pengaruh Kualitas Layanan Online Terhadap Kepuasan Nasabah Di Pasar Modal Syariah (Studi Pada Nasabah Mandiri Sekuritas Bandar Lampung)”** Untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam memahami arti dari judul tersebut sebagai berikut:

1. **Pengaruh Kualitas Layanan Online** kualitas layanan online dapat didefinisikan sebagai layanan pelanggan yang interaktif dengan berbasis internet yang didukung oleh konsumen yang terintegrasi dengan teknologi dan sistem yang ditawarkan oleh penyedia layanan, yang bertujuan untuk memperkuat hubungan antara konsumen dengan penyedia layanan.¹
2. **Kepuasan** adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seseorang (nasabah) setelah ia mengalami suatu tindakan atau hasil dari tindakan

¹ Jurnal Parasuraman, Online Service Quality and Customer Satisfaction:

“A case study of Bank Islam Malaysia Berhad, “E- service quality is defined broadly to encompass all phases of a customer’s interactions with a Web site: The extent to which a Web site facilitates efficient and effective shopping, purchasing, and delivery”. (2011)

yang memenuhi harapan-harapannya. Jadi kepuasan adalah perpaduan (fungsi) antara harapan persepsi terhadap tindakan atau hasil tindakan.²

3. **Nasabah Sekuritas Pasar Modal (Investor)** adalah orang yang biasa menjadi pelanggan atau konsumen bank/perusahaan sekuritas (dalam hal keuangan).³
4. **Pasar Modal Syariah** secara sederhana dapat diartikan sebagai pasar modal yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan transaksi ekonomi dan terlepas dari hal-hal yang dilarang seperti: riba, perjudian, spekulasi dan lainnya.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat dijelaskan bahwa maksud dalam pemahasan skripsi ini adalah untuk menilai seberapa berpengaruhnya kualitas layanan online dan fitur website yang disajikan oleh suatu lembaga sekuritas terhadap kepuasan nasabah sekuritas pasar modal syariah.

B. Alasan Memilih Judul

Adapun alasan penulis memilih judul skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Alasan Objektif

Secara objektif, penulis ingin meneliti dan mengetahui sejauh mana kualitas dan fitur website yang disediakan oleh lembaga pasar modal syariah (atau pihak sekuritas) turut berperan membantu nasabah atau

² Bambang Hartono, *Manajemen Pemasaran Untuk Rumah Sakit*, Rineka Cipta, Jakarta, 2010, hlm 46.

³ Supriyono Maryanto, *Buku Pintar Perbankan*, CV. Andi Offset, Yogyakarta, 2011, hl. 45.

investor memahami online trading serta sejauh mana hal-hal tersebut diatas mempengaruhi kepuasan nasabah di pasar modal syariah.

2. Alasan Subjektif

Secara subjektif, permasalahan dalam judul skripsi ini relevan dengan bidang keilmuan yang ditekuni penulis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Adanya referensi yang turut mendukung sehingga dapat mempermudah penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

C. Latar Belakang

Keberadaan pasar modal dalam perekonomian modern sudah tidak dapat terelakkan lagi bagi seluruh negara di dunia ini, tidak terkecuali di Indonesia. Tingginya permintaan akan barang dan jasa akibat dari semakin banyaknya umat manusia di dunia ini membuat perusahaan, baik yang bergerak dibidang jasa dan perdagangan, harus mampu memenuhi semua order yang diinginkan masyarakat dunia secara global. Di Indonesia, negara yang masuk dalam kategori negara berkembang, kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa sangat tinggi. Hal ini dibuktikan dengan makin banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang bermunculan di Indonesia, baik domestik maupun asing, karena pasar yang potensial ada di Indonesia.

Pasar modal dapat menjadi salah satu alternatif jitu dalam pengembangan pembangunan ekonomi di Indonesia. Keberadaannya yang semakin berkembang semakin membuktikan bahwa pasar modal semakin

dibutuhkan sebagai bagian dari realisasi pemerintah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat baik barang maupun jasa. Kebutuhan perusahaan dalam hal modal dapat terealisasi manakala perusahaan tersebut berkecimpung di pasar modal Indonesia.

Pasar modal dapat memainkan peranan penting dalam suatu perkembangan ekonomi di suatu negara, karena suatu pasar modal dapat berfungsi sebagai:

1. Sarana untuk menghimpun dana-dana masyarakat untuk disalurkan kedalam kegiatan-kegiatan yang produktif.
2. Sumber pembiayaan yang mudah, murah dan cepat bagi dunia usaha dan pembangunan nasional.
3. Mendorong terciptanya kesempatan berusaha dan sekaligus menciptakan kesempatan kerja.
4. Mempertinggi efisiensi alokasi sumber produksi.
5. Memperkokoh beroperasinya mekanisme finansial market dalam menata sistem moneter, karena pasar modal dapat menjadi sarana “*open market operation*” sewaktu-waktu diperlukan oleh Bank Sentral.
6. Menekan tingginya tingkatbunga menuju suatu “*rate*” yang *reasonable*.
7. Sebagai alternatif investasi bagi pemodal.

Minat masyarakat Indonesia untuk berinvestasi sangat minim, khususnya investasi yang berkaitan dengan pasar modal. Rendahnya kepemilikan investor ritel dalam negeri ini tidak terlepas dari minimnya jumlah subrekening efek yang terdaftar di Kustodian Sentral Efek Indonesia

(KSEI). Sehingga perlu adanya terobosan yang dapat meningkatkan minat masyarakat untuk berinvestasi di lantai bursa. Jika minat masyarakat untuk membeli saham minim, dapat dimungkinkan mayoritas saham perusahaan-perusahaan dalam negeri akhirnya akan dimiliki oleh asing.

Kegiatan pasar modal yang dapat dikatakan begitu *complicated*, maka sangat dibutuhkan suatu perangkat hukum yang mengaturnya agar pasar tersebut menjadi teratur, adil, dan sebagainya. Sehingga kemudian lahirlah apa yang disebut Hukum Pasar Modal itu (*Capital Market Law, Securities Law*). Pada prinsipnya hukum pasar modal mengatur segala segi yang berkenaan dengan pasar modal, jadi ruang lingkupnya relatif luas.⁴

Hukum pasar modal di Indonesia berkembang dengan perkembangan pasar modal itu sendiri dan sebagaimana diketahui bahwa *boomingnya* pasar modal baru dimulai di Indonesia sekitar tahun 1988. Sejak saat itu pulalah hukum pasar modal mulai menampilkan kekuatannya. Puncak dan momentum penentu bagi perkembangan pasar modal adalah dengan keluarnya undang-undang pasar modal, yaitu Undang-Undang No. 8 Tahun 1995, yaitu terdiri atas 18 BAB dan 116 pasal yang kemudian diikuti oleh banyak sekali peraturan pelaksanaannya.⁵

Pasar modal dibedakan juga antara spekulasi dengan pelaku bisnis (investor) dari derajat ketidakpastian yang dihadapinya. Investor di pasar modal adalah perorangan atau lembaga yang memanfaatkan pasar modal

⁴ Algifari, dkk, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, STIE YKPN, Yogyakarta, 2002, hlm. 191

⁵ Sunariyah, *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*, Unit Penerbitan dan Percetakan AMP YKPN, Yogyakarta, 2003, hlm. 18-19

sebagai sarana untuk berinvestasi (yang berindikasi mengharapkan *dividen*) di perusahaan-perusahaan *go public* yang diyakininya baik dan menguntungkan, bukan untuk tujuan mencari *capital gain* melalui *short selling*. Mereka mendasari keputusan investasinya pada informasi yang terpercaya tentang faktor-faktor fundamental ekonomi pada perusahaan melalui kajian seksama.⁶

Kekuatan permintaan dan penawaran saham di bursa tidak terlepas dari motif investor, Motif seorang investor menanamkan modalnya pada saham adalah agar mendapatkan keuntungan berupa *dividen* yang terus meningkat setiap periode. Tidak ada investor yang mau mendapatkan kerugian atas saham yang dibeli.

Oleh karena itu seorang investor pasti akan mempertimbangkan keputusan investasinya dengan cermat. Pertimbangan ini berdasarkan informasi yang didapat dari pasar saham dan perkembangan ekonomi dan politik yang sedang terjadi. Semua aktivitas permintaan, penawaran, pembelian dan penjualan saham akan berpengaruh terhadap harga-harga saham yang ada di pasar modal.

Dapat dilihat bahwa jumlah nasabah pasar modal secara umum di Indonesia dari tahun ke tahun yang terus mengalami peningkatan yang dapat terbilang sangat signifikan.⁷

⁶ Hendi M. Fakhruddin, *Istilah Pasar Modal A-Z*, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2008, hlm. 98.

⁷ Otoritas Jasa Keuangan, *Roadmap Pasar Modal Syariah 2015-2019*, Jakarta: Laman Website OJK, 2015.

TABEL 1.**Data Jumlah Peningkatan Pasar Modal dari Tahun ke Tahun.**

No	Tahun	Jumlah SID
1	2012	281.256
2	2013	320.506
3	2014	364.465
4	2015	434.107
5	2016	894.116
6	2017	1.025.414

Sumber: Roadmap Pasar Modal Syariah 2015-2019 oleh Otoritas Jasa Keuangan; data diolah.

Dilihat dari data diatas bahwa terjadi jumlah peningkatan nasabah investor dari tahun sebelumnya, terutama yang paling terlihat peningkatannya di tahun 2016 tembus hingga lebih dari 100%. Ini merupakan pencapaian yang patut diapresiasi, yang juga merupakan upaya terbaik pihak Bursa Efek Indonesia dan lembaga investasi terkait lainnya. Hingga tengah tahun 2017, KSEI mencatat beberapa peningkatan kinerja operasional. Jumlah *Single Investor Identification* (SID) meningkat 14,7% dari 894.116 per tahun 2016 menjadi 1.025.414 per Juli tahun 2017.

Secara komposisi, sebagian besar investor pasar modal Indonesia merupakan investor perorangan lokal, dengan jumlah mencapai 993.181 investor atau 96% dari total jumlah investor. Jumlah investor perorangan lokal tersebut mengalami peningkatan sebesar 109% dari 475.112 investor di

tahun sebelumnya. Dari segi demografi, profil investor yang tercatat berdasarkan data KSEI per tanggal 31 Juli 2017 sebagian besar merupakan investor berusia 21-30 tahun dan investor berusia 31-40 tahun, yang masing-masing sebesar 25%. SID individu didominasi oleh investor dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 59%.

Pasar modal memiliki posisi yang sangat penting dan vital dalam perkembangan perekonomian Indonesia, terbukti telah banyak industri dan perusahaan yang menggunakan institusi pasar modal ini sebagai media untuk menyerap investasi dan media untuk memperkuat posisi keuangannya. Secara faktual, pasar modal telah menjadi *financial nerve centre* (saraf finansial dunia) pada dunia ekonomi moderen dewasa ini, bahkan perekonomian modern tidak akan mungkin bisa eksis tanpa adanya pasar modal.

Begitu juga dengan hadirnya pasar modal syariah, diharapkan dapat mengakomodir kebutuhan umat Islam di Indonesia yang ingin melakukan investasi diproduk-produk pasar modal yang sesuai dengan prinsip dasar syariah. Saat ini Indonesia memiliki potensi besar menjadi pusat perkembangan produk investasi berbasis syariah, baik di tingkat regional maupun global. Beberapa tahun terakhir, perkembangan produk investasi syariah, khususnya produk pasar modal menunjukkan pertumbuhan signifikan. Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) mencatat pertumbuhan 20% *year to date*. Merupakan pertumbuhan tertinggi, dibandingkan indeks saham syariah global lainnya.

Perkembangan pasar modal syariah Indonesia diawali dengan penerbitan reksa dana syariah pada tahun 1997. Selanjutnya diikuti dengan munculnya Jakarta Islamic Index (JII) pada tahun 2000 dan diterbitkannya obligasi syariah mudharabah pada tahun 2002. Dalam rangka memberikan kepastian hukum, Bapepam – LK menerbitkan paket regulasi pasar modal syariah pada tahun 2006 dan Daftar Efek Syariah (DES) pada tahun 2007. Hal ini telah memperkuat infrastruktur pasar modal syariah. Pada tahun 2008, pemerintah pertama kali menerbitkan Surat Berharga Syariah Negara (SBSN). Selanjutnya, untuk memfasilitasi investor yang ingin bertransaksi efek syariah seperti saham syariah dan *Exchange Traded Funds* (ETF) syariah telah diluncurkan sistem online trading syariah pada tahun 2011.

Sejak tahun 2011, pasar modal syariah di Indonesia terus mengalami perkembangan yang signifikan. Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No 80/DSN-MUI/III/2011, tentang Penerapan Prinsip Syariah dalam Mekanisme Perdagangan Efek Bersifat Ekuitas di Pasar Reguler Bursa Efek, diharapkan dapat memancing investor masuk pasar modal. Sebab, tidak ada keraguan tentang hukum bertransaksi saham syariah sehingga pasar modal syariah semakin bangkit.

Head of Islamic Capital Market Development Bursa Efek Indonesia, menyatakan bahwa dalam lima tahun terakhir, Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) tumbuh 43%, sedangkan Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) sebesar 41%. Selain itu, saham yang termasuk dalam Daftar Efek

Syariah (DES) per Juni 2016 sebanyak 306 saham dan mencapai 53% dari seluruh komposisi saham terdaftar di bursa. .

TABEL 2.

Perbandingan Indeks Saham Syariah dengan Indeks Seluruh Saham

		2010	2011	2012	2013	2014	Pertumbuhan
Indeks	JII	532,90	537,03	594,78	585,11	691,04	29,68%
Syariah	ISSI	-	125,36	144,99	143,71	168,64	34,52%
Indeks	LQ 45	661,38	673,51	735,04	711,14	898,58	35,86%
Keseluruhan	IHSG	3,703,5	3,821,9	4,316,6	4,274,1	5,226,9	41,14%

Adanya peningkatan jumlah investor lokal tersebut, tentunya hal tersebut juga sejalan dengan peningkatan jumlah investor syariah di bursa efek Indonesia. Tentunya jumlah kenaikan yang cukup signifikan di dunia investasi Indonesia harus mendapat apresiasi dan peningkatan pelayanan mutu yang ada. Seharusnya hal tersebut menjadikan peluang di sektor investasi syariah untuk terus melakukan perbaikan dan kinerja guna membarikan dan menarik minat nasabah lokal untuk berinvestasi di sektor syariah.

Ketua Badan Amil Zakat Nasional (Baznas) mengatakan, Baznas turut mendorong upaya kebangkitan bursa efek syariah di tengah pasar saham konvensional saat ini. Upaya tersebut ditunjukkan melalui kerja sama dengan salah satu perusahaan sekuritas yang melayani jual beli saham konvensional dan syariah. Sistem online trading syariah di perusahaan tersebut, telah melalui sertifikasi DSN-MUI dan akan memberikan infaq sebesar 5% dari

penghasilan bersih (*net fee*) transaksi perdagangan efek rekening syariah nasabah melalui Baznas. Baznas mendukung bursa efek syariah untuk bangkit karena telah menerapkan prinsip-prinsip syariah di dalamnya. Kerja sama tersebut dikukuhkan dalam launching HPX sekaligus pembukaan perdagangan saham di Bursa Efek Indonesia. HPX adalah sistem perdagangan saham melalui aplikasi online trading, dimana saham-saham yang ditransaksikan adalah saham-saham sesuai dengan prinsip syariah. Hingga saat ini, sistem layanan online trading syariah tersebut terus dikembangkan.

Berdasarkan data BEI per April 2017, jumlah investor syariah yang tercatat sebanyak 15.141 mewakili 2,7% dari total investor di BEI yang berjumlah 568.752. Jumlah investor syariah dibanding total investor jika dihitung sejak akhir 2014, bertambah signifikan dari angka 0,7% atau 2.705 dari total investor 364.465. Saat ini di pasar modal syariah, terdapat dua indeks saham syariah ISSI dan Jakarta Islamic Indeks (JII), 333 saham syariah, 16 fatwa DSN MUI, 9 peraturan OJK, 12 anggota bursa SOTS, dan 26 galeri investasi syariah. Per 26 Mei 2017, kapitalisasi pasar saham syariah tercatat senilai Rp3,385 triliun. Return indeks saham syariah (YTD) per 26 Mei 2017 sebesar 6% (JII) dan 7% (ISSI).⁸

Sementara Majelis Ulama Indonesia (MUI) melalui Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 40/DSN-MUI/X/2003, tentang Pasar Modal dan Pedoman Umum Penerapan Prinsip Syariah di bidang

⁸ www.okezonefinance.com/Begini-Perkembangan-Pasar-Modal-Syariah-Selama-20-Tahun/ Kamis, 1 Juni 2017 (diakses pada 09/08/2017, pukul 20.00 WIB).

Pasar Modal. Mendefinisikan pasar modal sebagai kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek. Sedangkan Emiten adalah pihak yang melakukan penawaran umum. Adapun Efek Syariah adalah efek sebagaimana dimaksud dalam peraturan perundang-undangan dibidang pasar modal yang akad, pengelolaan perusahaan, maupun cara penerbitannya memenuhi prinsip-prinsip syariah.⁹

Permasalahan mendasar yang menjadi kendala berkembangnya pasar modal yang berprinsip syariah adalah selain masih belum meratanya pemahaman dan pengetahuan masyarakat Indonesia tentang investasi di pasar modal yang berbasis syariah, juga belum ditunjangnya fasilitas berupa pusat informasi pasar modal syariah di Indonesia, sehingga masyarakat beranggapan bahwa untuk melakukan investasi di pasar modal syariah dibutuhkan biaya yang relatif lebih mahal apabila dibandingkan dengan investasi pada sektor keuangan lainnya. dari permasalahan tersebut, tidak mengherankan apabila masyarakat masih beranggapan bahwa pasar modal syari'ah masih tetap dikesan negatif, yakni sebagai area transaksi riba.

Berdasarkan dari pemaparan di atas bahwa perkembangan pasar modal syariah di Indonesia dapat dikatakan bahwa cukup menggembirakan. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur perkembangan industri pasar modal

⁹ Tim Penulis DSN MUI, *Himpunan Fatwa Dewan Syariah Nasional*, Edisi Ke-2, Cet. Ke-2, Intermasa, Jakarta, 2003, hal. 263.

syariah antara lain peningkatan produk, pelaku pasar, dan regulasi di bidang pasar modal syariah.

Potensi dan perkembangan yang cukup signifikan terhadap pertumbuhan produk investasi khususnya juga terhadap sektor investasi syariah perlu juga adanya peningkatan kualitas pelayanan termasuk didalamnya adalah kualitas pelayanan online bagi investor. Pencapaian tersebut selain harus disambut antusias, perlu juga menjadi perhatian kepada lembaga investasi syariah, terutama lembaga sekuritas terkait yang menyediakan akses syariah untuk lebih meningkatkan pelayan dan kesiapan sistem online demi menyambut dan menarik minat masyarakat di sektor pasar modal syariah.

Pencapaian dan hasil tersebut tentunya dapat dicapai tidak terlepas dari faktor dan sisi pelayanan, dan dalam hal ini kaitanya terhadap layanan dan akses online serta fitur website oleh pasar modal syariah. Sejauh mana kualitas pelayanan dan fitur yang ada website (*online trading*) dapat dimengerti dan bahkan memudahkan investor membaca data, grafik, dan menganalisa perkembangan pasar. Sehingga peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul:

"PENGARUH KUALITAS LAYANAN ONLINE TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PASAR MODAL SYARIAH (STUDI PADA NASABAH MANDIRI SEKURITAS BANDAR LAMPUNG)"

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas pembahasan penelitian yang menjadi pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas layanan online pasar modal syariah terhadap kepuasan nasabah di Mandiri Sekuritas?
2. Bagaimana fitur website pasar modal syariah terhadap kepuasan nasabah di Mandiri Sekuritas?

E. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan online pasar modal syariah terhadap kepuasan nasabah di Mandiri Sekuritas?
2. Untuk mengetahui bagaimana fitur website pasar modal syariah terhadap kepuasan nasabah di Mandiri Sekuritas?

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan tambahan referensi dan menambah nilai ilmu pengetahuan pengembangan ilmiah secara teoritis bagi para civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung, terkhusus bagi penulis sendiri mengenai pengaruh kualitas layanan online dan fitur website terhadap kepuasan nasabah investasi di pasar modal syariah.

2. Manfaat Praktis

Sedangkan secara praktis besar harapan bahwa agar khasanah dan kajian-kajian ilmu dan penelitian yang dibahas dalam penelitian ini dapat menjadi sarana transfer ilmu-ilmu ke-Islaman, sehingga dapat menjadi pengetahuan wawasan dan pencerahan dalam bidang ekonomi syariah khususnya tentang mutu layanan online dalam pasar modal syariah.

G. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini untuk menghindari pembahasan yang lebih luas dan agar penelitian ini dapat dilakukan lebih mendalam maka penulis membatasi permasalahan sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian ini dibatasi dengan responden, yaitu: Nasabah Mandiri Sekuritas.
2. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Observasi, Wawancara (*Interview*), Dokumentasi, Kuisisioner.
3. Pengkajian dikhususkan pada analisis regresi sederhana.
4. Pengkajian dikhususkan pada faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas layanan online dan fitur website terhadap kepuasan di pasar modal syariah pada nasabah Mandiri Sekuritas Bandar Lampung, yaitu:
 - a. Efisiensi (*Efficiency*)
 - b. Pemenuhan Informasi (*Fulfillment*)
 - c. Ketersediaan Sistem (*System Availability*)
 - d. Kerahasiaan (*Privacy*)

H. Penelitian Terdahulu

1. Chopipah, Fifip, Pengaruh Kualitas layanan Internet Banking KLIKBCA Terhadap Kepuasan Nasabah, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013.
2. Nafisa Choirul Marati, Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Ojek Online (Studi Pada Konsumen Gojek di Surabaya). Jurnal Pendidikan Tata Niaga, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, 2016.
3. Isnan, Muhammad Ariefian dan Sutopo, Sutopo (2013) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Online Resevation Tiket Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang). Undergraduate Thesis, Fakultas Ekonomika dan Bisnis.



BAB II

LANDASAN TEORI

1. Kualitas Layanan Online

Kualitas merupakan salah satu kunci dalam memenangkan persaingan dengan pasar. Ketika perusahaan telah mampu menyediakan produk berkualitas maka telah membangun salah satu fondasi untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Berdasarkan definisi ini, kualitas adalah hubungan antara produk dan pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen.¹

Kualitas juga merupakan kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen.² Dan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan. Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah unsur yang saling berhubungan mengenai mutu yang dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas tidak hanya menekankan pada hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi menyangkut kualitas manusia, kualitas proses, dan kualitas lingkungan.

¹ Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta, Penerbit Andi 2012.

² Abu Bakar, *Analisis Pengaruh Customer Satisfaction, Switching Cost dan Trust In Brand Terhadap Customer Retention*. Jurnal Ekonomi Manajemen, Universitas Diponegoro, Semarang, hlm. 2, 2010.

Dalam menghasilkan suatu produk dan jasa yang berkualitas melalui manusia dan proses yang berkualitas.³ Terdapat lima perspektif kualitas yang berkembang saat ini:⁴

1. *Transcendental Approach*

Dalam perspektif ini, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, yaitu sesuatu yang secara intuitif dapat dipahami, namun nyaris tidak mungkin dikomunikasikan, sebagai conoh kecantikan atau cinta. Perspektif ini menegaskan bahwa orang hanya bisa belajar memahami kualitas melalui pengalaman yang didapatkan dan *eksposure* berulang kali (*repeated exposure*).

2. *Product-Based Approach*

Perspektif ini mengasumsikan bahwa kualitas merupakan karakteristik, komponen atau atribut objektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam hal kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk. Semakin banyak atribut yang dimiliki sebuah produk atau merek, semakin berkualitas produk atau merek bersangkutan.

3. *User-Based Approach*

Perspektif ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menilainya (*eyes of the beholder*), sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (*maximum satisfaction*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi. Perspektif yang bersifat subyektif dan *demand oriented* ini juga menyatakan bahwa setiap pelanggan memiliki kebutuhan dan keinginan

³ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*, Cetakan Pertama, Yogyakarta: CAPS, 2012.

⁴ Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta, Penerbit Andi 2012.

masing-masing yang berbeda satu sama lain, sehingga kualitas bagi seseorang adalah sama dengan kepuasann maksimum yang dirasakan.

4. *Manufacturing-Based Approach*

Perspektif ini bersifat supply-based dan lebih berfokus pada praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan (*conformance to requirements*). Dalam konteks bisnis jasa, kualitas berdasarkan perspektif ini cenderung bersifat *operation-driven*.

5. *Value-Based Approach*

Perspektif ini memandang kualitas dari aspek nilai (*value*) dan harga (*price*). Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai affordable excellence, yakni tingkat kinerja ‘terbaik’ atau sepadan dengan harga yang dibayarkan. Kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli (*best-buy*).

a. Pelayanan

Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.⁵ Menurut Moenir pelayanan adalah serangkaian kegiatan yang berlangsung secara rutin dan berkesinambungan meliputi seluruh kehidupan orang dalam masyarakat.⁶ Setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan

⁵ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga, 2009.

⁶ Moenir, H.AS, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, Bumi Aksara, Jakarta, 2008.

kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produ secara fisik. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan berkaitan dengan kepuasan batin dari penerima pelayanan.⁷ Pengertian pelayanan menurut Zein adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Sedangkan definisi pelayanan menurut Mahmoedin adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain, dalam hal ini, kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan atau keinginan pelanggan dengan tingkat persepsi mereka. Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan.⁸

Kualitas pelayanan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Kualitas pelayanan jasa identik dengan mutu dari usaha itu sendiri, sehingga usaha untuk meningkatkan pelayanan selalu dilakukan agar dapat memaksimalkan kualitas

⁷ Sinambela, dkk, *Reformasi Pelayanan Publik*, Bumi Aksara. Jakarta, 2010.

⁸ Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010.

pelayanan jasa.⁹ Menurut Parasuraman, terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Kemudian lima dimensi ini dikenal dengan sebutan SERVQUAL. Akan tetapi metode SERVQUAL dianggap kurang tepat jika digunakan untuk mengukur kualitas layanan online.¹⁰ Hal ini disebabkan karena terdapat tiga aspek yang membedakan antara layanan tradisional dengan pelayan secara online, yaitu tidak adanya penjual, tidak adanya barang yang berwujud, dan pelanggan melayani dirinya sendiri.¹¹

1. Dimensi Layanan

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin hubungan kerja atau partner yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya kepuasan pelanggan dapat menciptakan kerjasama yang baik antara pelanggan dengan perusahaan yang memeberikan kualitas memuaskan.

⁹ Adi Kuswanto, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah Bank Danamon Jakarta*, Jurnal Ekonomi Bisnis No. 2 Vol 14, 2010.

¹⁰ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 3)*, Jakarta, Karya Salemba Empat, 2013.

¹¹ Jurnal Jain dan Kumar, *Measurement of E-Service Quality: An Empirical Study On Electronic Railway Ticket Reservation Website Service*, 2011.

Berdasarkan uraian di atas dalam hal kualitas, pelayanan minimal memiliki lima dimensi yaitu: *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*. Uraianannya sebagai berikut:¹²

1. *Tangible* (Bukti fisik) yakni adanya penampakan berupa fasilitas-fasilitas penunjang, petugas ataupun sarana komunikasi yang menyertai produk tersebut.
2. *Reliability* (Keandalan) yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. *Responsiveness* (Daya Tanggap) yakni keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap.
4. *Assurance* (Jaminan) mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. *Emphaty* (Empati) yakni meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen.

b. Online

a. Media Online

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. Dalam teori media baru, terdapat dua pandangan, pertama yaitu pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang

¹² Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayu Media, 2006, hlm. 273.

World Wide Web (www) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.¹³

New Media atau media online didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital.¹⁴ Definisi lain media online adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu.¹⁵ *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara publik. Media Online disebut juga dengan Digital Media adalah media yang tersaji secara online di internet. Pengertian Media Online dibagi menjadi dua pengertian yaitu secara umum dan khusus:

1. Pengertian Media Online secara umum, yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Dalam pengertian umum ini, media online juga bisa dimaknai sebagai sarana komunikasi secara online. Dengan pengertian media online secara umum ini, maka email, mailing list (milis), website, blog, whatsapp, dan media sosial masuk dalam kategori media online.

¹³ <http://en.wikipedia.org>

¹⁴ Creeber, G. and Martin, R., (ed)., *Digital Cultures: Understanding New Media*, Berkshire-England: Open University Press, 2009.

¹⁵ Lievrouw, L.A., *Alternative and Activist New Media*. Cambridge: Polity Press, 2011.

2. Pengertian Media Online secara khusus yaitu terkait dengan pengertian media dalam konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa dalam bidang keilmuan komunikasi massa mempunyai karakteristik tertentu, seperti publisitas dan periodisitas.¹⁶

Media online adalah sebutan umum untuk sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Di dalamnya terdapat portal, website (situs web), radio-online, TV-online, pers online, email, dll, dengan karakteristik masing-masing sesuai dengan fasilitas yang memungkinkan *user* memanfaatkannya.

b. Website

Pada saat ini teknologi berkembang sangat pesat, hal ini disebabkan oleh banyak faktor diantaranya perkembangan pola pikir masyarakat yang cukup pesat, untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam hal informasi dan ilmu pengetahuan serta mekanis dunia kerja, maka dibutuhkan para pengembang aplikasi web supaya dapat terus beraktifitas dan berinovasi . web suatu jaringan yang bisa mempermudah serta mempercepat penyampaian informasi secara luas, dan dapat diakses dengan mudah dan cepat oleh siapapun yang mendapatkan akses internet. Web adalah suatu sistem yang berkaitan dengan dokumen digunakan sebagai media untuk menampilkan teks, gambar, multimedia dan lainnya pada jaringan internet.¹⁷

¹⁶ M.Romli, Asep Syamsul, Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online, 2012.

¹⁷ Sibero, Alexander F.K . 2013. Web Programming Power Pack. Yogyakarta: Mediakom.

Sedangkan menurut Kustiyahningsih dan Devie web merupakan salah satu layanan yang didapat oleh pemakai komputer yang terhubung dengan fasilitas hypertext untuk menampilkan data berupa teks, gambar, suara, animasi dan multimedia lainnya.¹⁸ Berdasarkan dari teori tersebut, penulis menarik kesimpulan web adalah fasilitas hyperteckt untuk menampilkan data dan berisikan dokumen-dokumen multimedia yang berupa teks, gambar, suara, animasi dan lainnya dengan menggunakan browser sebagai perangkat lunak untuk mengaksesnya.

Dalam dunia teknologi yang pesat ini diperlukan suatu jaringan yang bias mempermudah serta mempercepat penyampaian informasi secara luas, dan dapat dengan mudah dan cepat oleh siapapun yang mendapatkan akses internet. Menurut Bekti menyimpulkan bahwa:¹⁹ Website merupakan kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.

Website (lebih dikenal dengan sebutan situs) adalah sejumlah halaman web yang memiliki topik saling terkait, terkadang disertai pula dengan berkas-berkas gambar, video atau jenis-jenis berkas lainnya.²⁰ Dalam website dikenal dengan sebutan website dinamis dan website statis.

¹⁸ Kustiyahningsih, Yeni dan Amanisa, Rosa devie.2010. Pemrograman Basis Data Berbasis Web Menggunakan PHP & MySQL. Graha Ilmu. Yogyakarta.

¹⁹ Bekti, H. B. 2015. Mahir Membuat Website dengan Adobe Dreamweaver CS6, CSS dan JQuery. Yogyakarta: Andi.

²⁰ Rahmadi, Moch. Luthfi. 2013. Tips Membuat Website tanpa Coding & Langsung Online. Yogyakarta: Andi.

1. Website Statis

Website statis adalah website yang mempunyai halaman konten yang tidak berubah.

2. Website Dinamis

Website dinamis merupakan website yang secara struktur ditujukan untuk update sesering mungkin. Dari uraian teori diatas penulis menarik kesimpulan website adalah kumpulan halaman-halaman yang dapat menampilkan teks, gambar, animasi, video, suara yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. Website dibagi menjadi dua golongan yaitu website statis dan website dinamis.

c. Kualitas Pelayanan Online

Kualitas layanan online (*electronic service quality*) didefinisikan secara luas untuk mencakup semua tahapan dari interaksi yang konsumen lakukan melalui situs web, yaitu sejauh mana situs web dapat memfasilitasi pembelian yang efisien dan efektif, pembelian, dan pengiriman. Secara umum, kualitas layanan online dapat didefinisikan sebagai layanan pelanggan yang interaktif dengan berbasis internet yang didukung oleh konsumen yang terintegrasi dengan teknologi dan sistem yang ditawarkan oleh penyedia layanan, yang bertujuan untuk memperkuat hubungan antara konsumen dengan penyedia layanan.²¹

Berdasarkan beberapa tinjauan literatur yang telah ada menunjukkan bahwa studi terakhir menemukan banyak perbedaan dimensi yang digunakan

²¹ Jurnal Parasuraman, *Online Service Quality and Customer Satisfaction:*

“A case study of Bank Islam Malaysia Berhad, “E- service quality is defined broadly to encompass all phases of a customer’s interactions with a Web site: The extent to which a Web site facilitates efficient and effective shopping, purchasing, and delivery”. (2011)

untuk mengukur kualitas pelayanan online di berbagai bidang yang berbeda-beda pula. Terdapat 4 dimensi dalam kualitas pelayanan online, dimana 4 dimensi merupakan kualitas pelayanan online diantaranya *efficiency*, *fulfillment*, *system availability* dan *privacy*.

1. Efisiensi (*Efficiency*): Kemampuan pelanggan untuk mengakses website, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.
2. Pemenuhan kebutuhan (*Fulfillment*): Aktual kinerja perusahaan kontras dengan apa yang dijanjikan melalui website, mencakup akurasi janji layanan, seperti ketersediaan stok produk dan pengiriman produk sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
3. Ketersediaan sistem (*System Availability*) : Fungsionalitas teknik situs bersangkutan, berfungsi sebagaimana mestinya.
4. Privasi (*Privacy*): Jaminan dan kemampuan perusahaan dalam menjaga integritas data dari pelanggan.²²

Situs web atau website atau yang sering di singkat dengan istilah situs juga dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*).

²² A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, Arvind Malhotra, *A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*.

Sebuah halaman web merupakan berkas yang ditulis sebagai berkas teks biasa (*plain text*) yang diatur dan dikombinasikan sedemikian rupa dengan instruksi-instruksi berbasis HTML, atau XHTML, kadang-kadang pula disisipi dengan bahasa skrip. Berkas tersebut kemudian diterjemahkan oleh web dan ditampilkan seperti layaknya sebuah halaman pada monitor komputer.

Halaman-halaman web tersebut diakses oleh pengguna melalui protokol komunikasi jaringan yang disebut sebagai HTTP, sebagai tambahan untuk meningkatkan aspek keamanan dan aspek privasi yang lebih baik, situs web dapat pula mengimplementasikan mekanisme pengaksesan melalui protokol HTTPS. Bersifat statis apabila isi informasi website tetap atau, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik website.

Bersifat dinamis apabila isi informasi website selalu berubah-ubah, dan isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik serta pengguna website. Contoh website statis adalah berisi profil perusahaan, sedangkan website dinamis adalah seperti Facebook, Multiply, dll. Dalam sisi pengembangannya, website statis hanya bisa diupdate oleh pemiliknya saja, sedangkan website dinamis bisa diupdate oleh pengguna maupun pemilik.

Saat ini, perangkat layar lebar mulai jarang digunakan, 80% keatas pengunjung website berasal dari perangkat mobile, sehingga mau tidak mau, mulai dari desain, hingga fitur-fitur website, juga harus menyesuaikan. Fitur yang dimiliki oleh website profesional sebaiknya disediakan untuk menjawab kebutuhan pengunjung website saat ini. Cara-cara manual juga sudah mulai ditinggalkan. Transaksi jual beli melalui media website saat ini, hampir tidak

membutuhkan tindakan manual. Yang menjawab email dan berkomunikasi dengan pelanggan lebih banyak mesin, bahkan ketika seseorang pelanggan melakukan transfer dana untuk pembelian suatu item barang yang menerima dan merespon juga mesin. Admin website tinggal memeriksa laporan penjualan, menghitung laba, dan pergi liburan.

Beberapa fitur standar yang harus dimiliki oleh website profesional untuk menjawab kebutuhan zaman modern yang masih akan terus berkembang dinamis. Kebutuhan akan terus berubah sejalan dengan perkembangan teknologi website yang mengarah kepada sesuatu yang lebih praktis dan serba otomatis. Banyak fitur-fitur website lama yang tidak lagi diperlukan, dan munculnya fitur-fitur baru yang menggantikan. Beberapa fitur website dibawah ini adalah fitur yang dapat memenuhi kebutuhan website saat ini.

1. Mobile Friendly

Fitur *mobile friendly* merupakan fitur utama yang harus dimiliki sebuah website profesional, mengingat sebagian besar pengakses internet saat ini menggunakan perangkat *mobile* dengan berbagai tipe dan ukuran. Desain website haruslah *responsive* mengikuti beragamnya ukuran perangkat *mobile*. Perlu diketahui, mesin pencari lebih mengutamakan website yang *mobile friendly*, sehingga kesempatan website yang *mobile friendly* untuk memenangkan persaingan ranking semakin besar pula.

2. Fitur Sosial Media

Sekitar 90% lebih pengguna internet memiliki akun sosial media, sehingga fitur sosial media pada website seperti tombol *share*, tombol *like*, *fanpage*, wajib

dimiliki oleh sebuah website profesional. Keberadaan sosial media memang sangat membantu untuk mempromosikan konten-konten website, dengan kata lain, website dan sosial media telah menjadi perpaduan tak terpisahkan saat ini.

3. Halaman Kontak

Salah satu fitur yang harus dimiliki website profesional selanjutnya adalah halaman kontak. Halaman yang berisikan informasi lengkap bagaimana seseorang pengunjung website bisa menghubungi anda, mulai dari Map, akun sosial media, nomor telepon, nomor handphone, *email*, fax atau informasi lain yang berkaitan. Fitur ini menjadi poin penting untuk membangun kepercayaan calon client ditengah maraknya situs-situs scam yang membuat orang terkadang sulit percaya pada layanan sebuah website.

4. Fitur Pencarian

Fitur pencarian merupakan salah satu main fitur yang harus dimiliki oleh website profesional. Fitur ini akan memudahkan siapa saja yang ingin mencari konten pada website anda dengan jalan pintas.

5. Keamanan

Kemanan website harus menjadi perhatian penting. Semakin besar website yang anda kelola semakin riskan website tersebut dari serangan para *hacker*. Pastikan anda selalu *upgrade system* dan menerapkan sistem keamanan terbaru pada website.

6. *Speed, Fast Loading*

Sebuah website profesional haruslah *fast loading*. Jika memungkinkan gunakan premium server yang memiliki kecepatan akses tinggi untuk mendukung kinerja website.

7. Halaman FAQ

Halaman FAQ sangat membantu admin website dalam menjawab pertanyaan yang sering ditanyakan, tanpa harus memberikan jawaban secara langsung. Halaman ini menjadi salah satu fitur yang harus dimiliki website profesional.²³

2. Kepuasan Nasabah

a. Kepuasan

Satisfaction atau kepuasan adalah kata dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup dan *farece* yang berarti *to do* atau melakukan. Produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari konsumen sampai pada tingkat cukup. Kepuasan merupakan hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.²⁴

Menurut Kotler dan Keller *satisfaction* atau kepuasan adalah perasaan senang atau kekecewaan seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan ekspektasi yang diharapkan. Jika kinerja jauh dari harapannya, maka konsumen tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan

²³ www.sasambodesign.com/fitur-yang-harus-dimiliki-website-profesional/, oleh Normala senja, 31 Agustus 2016, diakses pada 13/03/2018 pukul 12.23 WIB.

²⁴ Irawan, H. (2009). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Elex Media Komputindo.

harapan, maka konsumen akan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan yang sangat puas atau senang.

Dari definisi ini, dapat dikatakan bahwa kepuasan adalah perasaan seperti senang atau kecewaan seseorang terhadap produk yang ditawarkan dengan ekspektasi yang diharapkan. Sedangkan definisi kepuasan pelanggan yang dirumuskan Richard Oliver ialah: “Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhannya.”

Hal itu berarti penilaian bahwa suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa ataupun barang/jasa itu sendiri, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan di bawah harapan atau pemenuhan kebutuhan melebihi harapan pelanggan.

b. Nasabah

Nasabah adalah orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.²⁵ Dengan kata lain nasabah adalah pihak atau orang yang menggunakan dan secara sengaja menjadi langganan bank yang di percayainya. Dalam memahami mengenai apa yang dipikirkan oleh nasabah ada beberapa hal yang harus dipahami terlebih dahulu.²⁶

1. Memahami tujuan-tujuan dan sasaran-sasaran yang ingin dicapai atau di dapatkan oleh nasabah.

²⁵ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar- Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta.2010, hlm. 189

²⁶ Bill Stinnet, *Think Like Your Customer*, Jakarta: Alex Media Komputindo, hlm. 3.

2. Memahami cara mereka membuat peringkat dan memprioritaskan tujuan dan sasaran tersebut.
3. Mengetahui apa yang bisa kita lakukan dengan produk yang akan ditawarkan untuk membantu merealisasikan masalah-masalah yang timbul antara mereka dan cara mencapai tujuan-tujuan tersebut.

c. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama dengan harapan pelanggan. Ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.²⁷

Kepuasan pelanggan dapat dirasakan setelah pelanggan membandingkan pengalaman mereka dalam melakukan pembelian barang/jasa dari penjual atau penyedia barang/jasa dengan harapan dari pembeli itu sendiri. Harapan tersebut terbentuk melalui pengalaman pertama mereka dalam membeli suatu barang/jasa, komentar teman dan kenalan, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Pemasar yang ingin unggul dalam persaingan tentu harus memperhatikan harapan pelanggan serta kepuasan pelanggannya.

²⁷ Fandi, Tjiptono, *Manajemen Jasa; Edisi Kedua*, Yogyakarta, Andi Offset, 2001.

Berdasarkan kerangka definisional, kepuasan pelanggan adalah:²⁸

- a. Rangkuman berbagai intensitas respon aktif. Tipe respon efektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami konsumen harus didefinisikan secara eksplisit oleh peneliti, tergantung pada konteks penelitiannya.
- b. Dalam waktu penentuan spesifik dan durasi terbatas. Peneliti harus menentukan waktu penentuan yang paling relevan dengan masalah penelitiannya dan mengidentifikasi kemungkinan durasi respon tersebut.
- c. Yang ditujukan bagi aspek penting dalam pemerolehan dan atau konsumsi produk. Peneliti harus mengidentifikasi fokus riset berdasarkan pertanyaan riset atau masalah manajerial yang dihadapi. Fokus ini bisa luas maupun sempit cakupannya dalam hal isu atau aktivitas pemerolehan atau konsumsi produk.

Dari dua definisi di atas menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu pemenuhan harapan. Pelanggan dapat dikatakan puas dengan produk maupun pelayanan yang berikan apabila harapan pelanggan akan produk/pelayanan yang berikan tersebut telah sesuai bahkan melebihi harapan mereka. Dalam industri jasa, kepuasan pelanggan diukur dengan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan keseluruhan pengalaman dengan perusahaan. Dengan kata lain, kepuasan dapat diukur dengan tingkatannya berdasarkan keseluruhan pengalaman yang dirasakan. Dalam hal ini kepuasan pelanggan (nasabah sekuritas) dapat dicapai dengan tingkat dan indikator kualitas layanan online dan

²⁸ Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality and Satisfaction*. (ed 3). Yogyakarta. Andi.

fitur website yang diberikan dan disediakan oleh pihak sekuritas selaku sebagai pihak otoritas bagi nasabah pasar modal (investor) dalam pasar modal.

1. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Perusahaan perlu mengukur kepuasan pelanggan guna melihat umpan balik maupun masukan yang dapat diambil oleh perusahaan untuk keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan mengemukakan bahwa terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran. Setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan (*customer centered*) perlu memberikan kesempatan bagi pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Banyak restoran dan hotel yang memberikan formulir bagi tamu untuk mengetahui kesukaan dan keluhan mereka. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan perusahaan dapat bergerak cepat untuk menyelesaikan masalah.
2. Survei kepuasan pelanggan. Perusahaan tidak dapat beranggapan bahwa sistem keluhan dan saran dapat menggambarkan secara lengkap kepuasan dan kekecewaan pelanggan. Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala. Mereka mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon suatu kelompok acak dari pembeli mereka untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan.
3. *Ghost Shopping* (pembeli bayangan). Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing untuk

melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan maupun produk pesaing. *Ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

4. *Lost customer analysis* (analisis pelanggan yang beralih). Perusahaan sebaiknya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah berpindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijaksanaan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

3. Pasar Modal

Pasar modal adalah tempat atau sarana bertemunya antara permintaan dan penawaran atas instrumen keuangan jangka panjang, umumnya lebih dari satu tahun.²⁹ Sedangkan menurut Ridwan Pasar modal adalah semua pasar yang terorganisir dan lembaga-lembaga yang memperdagangkan warkat-warkat kredit (biasanya yang berjangka waktu lebih dari satu tahun) termasuk saham-saham, obligasi dan tabungan serta deposit berjangka.³⁰

Pasar modal dapat diartikan sebagai tempat bertemunya antara pihak yang memiliki kelebihan dana (*investor*) dengan pihak yang membutuhkan dana (*borrower*) dengan cara memperjual-belikan sekuritas. Pengertian pasar modal menurut Undang-undang Pasar Modal No.8 tahun 1995: “Pasar Modal yaitu sebagai suatu kegiatan yang bersangkutan dengan penawaran umum dan

²⁹ Mochamad Samsul, *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio* (Jakarta:Erlangga, 2006), hlm.43

³⁰ Indah Yuliana, *Investasi Produk Keuangan Syariah*, (Malang: UIN – Maliki Press, 2010), hlm.33.

perdagangan efek, perusahaan publik yang berkaitan dengan efek yang diterbitkannya, serta lembaga dan profesi yang berkaitan dengan efek”.

Pasar modal syariah merupakan kegiatan pasar modal yang memiliki karakteristik khusus. Karakteristik ini terbentuk dari adanya pemenuhan prinsip syariah dalam menciptakan produk, membuat kontrak dalam penerbitan efek syariah, melakukan transaksi perdagangan, serta melakukan aktivitas pasar modal lainnya. Prinsip syariah yang harus dipenuhi antara lain terhindarnya aktivitas pasar modal syariah dari unsur perjudian (*maysir*), ketidakpastian (*gharar*), sistem bunga (*riba*), dan ketidakadilan.

a. Fungsi Pasar Modal

Pasar modal memiliki beberapa fungsi yang strategis yang membuat lembaga ini memiliki daya tarik, tidak saja hanya bagi pihak yang memerlukan dana (*borrowers*) dan pihak yang meminjamkan dana (*lenders*) tetapi juga pemerintah. Adapun fungsi dari pasar modal adalah sebagai berikut: ³¹

1. Sebagai sumber penghimpun dana

Pasar modal berfungsi sebagai sumber penghimpun dana dikarenakan untuk memungkinkan perusahaan menerbitkan surat berharga (sekuritas) baik surat tanda hutang (obligasi dan bonds) maupun surat tanda kepemilikan (saham). Dengan memanfaatkan sumber dana dari pasar modal tersebut, perusahaan dapat terhindar dari kondisi *debt to ratio* yang terlalu tinggi.

2. Sebagai alternatif investasi para pemodal atau investor

³¹ Budi Untung, *Hukum Bisnis Pasar Modal*, (Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2011), hlm.10.

Pasar modal memberikan kesempatan kepada para pemodal untuk membentuk portofolio investasi (mengkombinasikan dana pada berbagai kemungkinan investasi) dengan mengharapkan keuntungan yang lebih dan sanggup menanggung sejumlah risiko tertentu yang mungkin terjadi.

3. Penghimpun dana modal pasar modal relatif rendah

Pasar modal sebagai penghimpun dana bagi perusahaan yang membutuhkan biaya yang relatif kecil dengan melalui penjualan saham dari pada perusahaan harus meminjam ke bank.

4. Pasar modal akan mendorong perkembangan investasi

Pasar modal membantu dalam perkembangan investasi dengan adanya pasar modal perusahaan dapat melakukan perluasan usaha dengan cara mengeluarkan saham kepada investor.

b. **Jenis – Jenis Pasar Modal**

Jenis pasar modal dapat dikategorikan menjadi 4 pasar, yaitu sebagai berikut: ³²

1. Pasar Pertama (Perdana)

Pasar perdana merupakan tempat atau sarana bagi perusahaan yang untuk pertama kali menawarkan saham atau obligasi ke masyarakat umum. Penawaran umum awal ini, yang disebut juga *initial public offering* (IPO) telah merubah dari perseroan tertutup menjadi perseroan terbuka (Tbk).

2. Pasar Kedua (Pasar Sekunder)

Pasar kedua adalah tempat atau sarana transaksi jual–beli efek antar investor dan harga dibentuk oleh investor melalui perantara efek.

³² Mohamad Samsul, *Pasar Modal dan Manajemen Portofolio*, (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2006). hlm 46-50.

3. Pasar Ketiga

Pasar ketiga adalah sarana transaksi jual-beli efek antara *market maker* serta investor dan harga dibentuk oleh *market maker*. Investor dapat memilih *market maker* yang memberi harga terbaik. *Market maker* adalah anggota bursa. Pada *market maker* ini akan bersaing dalam menentukan harga saham, karena satu jenis saham dipasarkan oleh lebih dari satu *market maker*. Jadi pasar ketiga bukan merupakan bursa efek berskala kecil tetapi berskala besar bahkan sangat besar.

4. Pasar Keempat

Pasar keempat adalah sarana transaksi jual-beli antara investor jual dan investor beli tanpa melalui perantara efek. Transaksi dilakukan secara tatap muka antara investor beli dan investor jual untuk saham atas pembawa. Pasar keempat ini hanya dilaksanakan oleh para investor besar karena dapat menghemat biaya transaksi dari pada jika dilakukan dipasar kedua.

4. Pasar Modal Syariah

Pasar modal syariah dapat diartikan sebagai pasar modal yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan transaksinya dan terlepas dari hal yang dilarang seperti riba, perjudian, *gharar* yang berlebihan, *tadlis* dan lain lain. Pasar modal syariah secara resmi diluncurkan 14 Maret 2003 bersamaan dengan penandatanganan MOU antara Bapepam-LK dengan Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI).³³

³³ Najmudin, *Manajemen Keuangan dan Aktualisasi Syar'iyah Modern* (Yogyakarta: Andi Offset, 2011), hlm. 257.

Pasar modal syariah adalah pasar modal yang dijalankan dengan konsep syariah, dimana setiap perdagangan surat berharga mentaati ketentuan transaksi sesuai dengan ketentuan syariah.³⁴ Pasar modal syariah dapat diartikan sebagai pasar modal yang menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan transaksi ekonomi dan terlepas dari hal-hal yang dilarang seperti riba, perjudian, spekulasi dan lain-lain. Pasar modal syariah telah berkembang di berbagai negara, baik di negara yang mayoritas penduduknya beragama Islam seperti negara di kawasan Timur Tengah, Indonesia, Malaysia, maupun negara yang mayoritas penduduknya non muslim seperti Inggris dan Jerman.

Perkembangan pasar modal syariah dapat dilihat dari perkembangan produk syariah seperti *sukuk*, saham syariah, dan reksa dana syariah. Dari tahun 1996 hingga 2013 triwulan ketiga, total *sukuk* yang telah diterbitkan di dunia sebanyak 3.543 dengan total nilai \$488.2 milyar. Di tahun 2014 hingga triwulan ketiga *sukuk* yang diterbitkan sebanyak 739 *sukuk* dengan total nilai \$99,26 milyar. Lima negara penerbit *sukuk* terbesar adalah Malaysia, Uni Emirat Arab, Saudi Arabia, Indonesia, dan Qatar. Untuk produk reksa dana syariah, dari tahun 2007 hingga kuartal ketiga tahun 2013 jumlah reksa dana syariah di dunia sebanyak 786 yang bernilai \$46 milyar.

Perkembangan pasar modal syariah Indonesia diawali dengan penerbitan reksa dana syariah pada tahun 1997. Selanjutnya diikuti dengan munculnya Jakarta Islamic Index (JII) pada tahun 2000 dan diterbitkannya obligasi syariah mudharabah pada tahun 2002. Dalam rangka memberikan kepastian hukum,

³⁴ Indah Yuliana, *Investasi Produk Keuangan Syariah*, (Malang : UIN – Maliki Press, 2010), hlm.45.

Bapepam – LK menerbitkan paket regulasi pasar modal syariah pada tahun 2006 dan Daftar Efek Syariah (DES) pada tahun 2007. Hal ini telah memperkuat infrastruktur pasar modal syariah. Pada tahun 2008, pemerintah pertama kali menerbitkan Surat Berharga Syariah Negara (SBSN). Selanjutnya, untuk memfasilitasi investor yang ingin bertransaksi efek syariah seperti saham syariah dan *Exchange Traded Funds* (ETF) syariah telah diluncurkan sistem online trading syariah pada tahun 2011.

Namun demikian, perkembangan pasar modal syariah hingga akhir 2014 belum mencapai porsi yang cukup signifikan di industri pasar modal. Nilai produk syariah seperti sukuk dan reksa dana syariah yang beredar masing-masing masih di bawah 5% dibandingkan dengan total produk (syariah dan konvensional) yang beredar.³⁵

a. Landasan Hukum Pasar Modal Syariah

a. Al – Qur'an

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ



Artinya:

“Orang-orang yang Makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran

³⁵ Otoritas Jasa Keuangan, *Roadmap Pasar Modal Syariah 2015-2019*, Jakarta, Direktorat Pasar Modal Syariah OJK, 2015, hlm.23-24.

(tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), Sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), Maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. orang yang kembali (mengambil riba), Maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya” (QS Al-Baqarah: 275)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنتُمْ مُّؤْمِنِينَ ۚ فَإِن لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۖ وَإِن تُبْتِغُوا فَلَکُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِکُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ۝

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang-orang yang beriman. Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.” (QS 2:278 – 279).

b. As-Sunnah

Selain itu, dalam sebuah hadist yang diriwayatkan Imam at-Tirmidzi,

Rasulullah SAW bersabda, yaitu:

حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ إِسْمَاعِيلَ حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ بْنُ مُوسَى حَدَّثَنَا الْوَلِيدُ بْنُ مُسْلِمٍ عَنْ الْمُثَنَّى بْنِ الصَّبَّاحِ عَنْ عَمْرِو بْنِ سَعْدٍ عَنْ أَبِيهِ عَنْ جَدِّهِ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ خَطَبَ النَّاسَ فَقَالَ أَلَا مَنْ وَلِيَ يَتِيمًا لَهُ مَالٌ فَلْيَتَجَرَّ فِيهِ وَلَا يَتْرُكْهُ حَتَّى تَأْكُلَهُ الصَّدَقَةُ

Artinya:

Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Ismail telah menceritakan kepada kami Irahi bin Musa telah menceritakan kepada kami Al-Walid bin Muslim dari al-Mutsanna ibnu as- Shabbah dari Amru bin Syu'aib dari ayahnya dari kakeknya bahwasannya Nabi Muhammad SAW menyampaikan khutbahnya yang berisi: "Siapa saja yang mengurus anak yatim sedangkan anak tersebut memiliki harta, hendaknya dia gunakan untuk berdagang dan tidak membiarkannya habis untuk membayar zakatnya." (HR. Tirmidzi No. 580).

Berdasarkan firman Allah SWT dan hadist Nabi di atas, maka dapat dipahami bahwa investasi merupakan suatu kegiatan yang sangat dianjurkan Islam. Allah SWT dalam firmanNya (At-Taubah: 34) mengancam orang-orang yang menimbun hartanya dan tidak memutarukannya. Dan perlu diketahui bahwa peningkatan lapangan pekerjaan berbanding lurus dengan tingkat investasi di suatu negara. Jika investasi di suatu negara kecil, maka lapangan pekerjaan pun akan minim, sehingga mendorong pengangguran masyarakat.

c. **Fatwa-Fatwa DSN-MUI**

Berbeda dengan efek lainnya, selain landasan hukum, baik berupa peraturan maupun undang -undang, perlu terdapat landasan fatwa yang dapat dijadikan sebagai rujukan ditetapkannya efek syariah. Landasan fatwa diperlukan sebagai dasar untuk menetapkan prinsip-prinsip syariah yang dapat diterapkan di pasar modal. Terdapat 14 fatwa yang telah dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) yang berhubungan dengan pasar modal syariah Indonesia sejak tahun 2001, yang meliputi antara lain:

1. Fatwa No. 20/DSN-MUI/IX/2001 tentang Pedoman Pelaksanaan Investasi Untuk Reksadana Syariah.
2. Fatwa No. 32/DSN-MUI/IX/2002 tentang Obligasi Syariah.
3. Fatwa No. 33/DSN-MUI/IX/2002 tentang Obligasi Syariah Mudharabah.
4. Fatwa No. 40/DSN-MUI/X/2003 tentang Pasar Modal dan Pedoman Umum Penerapan Prinsip Syariah di Bidang Pasar Modal.
5. Fatwa No. 41/DSN-MUI/III/2004 tentang Obligasi Syariah Ijarah.
6. Fatwa No. 59/DSN-MUI/V/2007 tentang Obligasi Syariah Mudharabah Konversi.
7. Fatwa No.65/DSN-MUI/III/2008 tentang Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu (HMETD) Syariah.
8. Fatwa No. 66/DSN-MUI/III/2008 tentang Waran Syariah.
9. Fatwa No.69/DSN-MUI/VI/2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN).
10. Fatwa No.70/DSN-MUI/VI/2008 tentang Metode Penerbitan SBSN.
11. Fatwa No.71/DSN-MUI/VI/2008 tentang *Sale and Lease Back*.
12. Fatwa No.72/DSN-MUI/VI/2008 tentang SBSN Ijarah *Sale and Lease Back*.
13. Fatwa No.76/DSN-MUI/VI/2010 tentang SBSN Ijarah *Asset To Be Leased*.³⁶

³⁶ Fatwa Pasar Modal Syariah, <http://www.idx.co.id/id-id/beranda/produkdanlayanan/pasarsyariah/fatwadanlandasanhukum.aspx>, Diakses tanggal 12 Februari 2018, pukul 13.43 WIB

b. Fungsi Pasar Modal Syariah

Fungsi keberadaan pasar modal syariah adalah:³⁷

1. Memungkinkan pemilik investasi berpartisipasi secara penuh dalam perusahaan dengan sistem bagi hasil dan resiko.
2. Memungkinkan pemegang saham memperoleh likuiditas dengan menjual saham yang mereka miliki sesuai dengan sistem di pasar modal.
3. Memperbolehkan perusahaan untuk meningkatkan modal eksternal untuk membangun dan meningkatkan produksi mereka.
4. Menghindarkan operasi bisnis perusahaan dari perubahan harga saham jangka pendek yang merupakan karakteristik utama dari pasar modal non – Islam.
5. Memungkinkan investasi dalam ekonomi menjadi cermin kinerja perusahaan dengan melihat harga saham perusahaan tersebut.

c. Karakteristik dan Produk di Pasar Modal Syariah Indonesia

Produk syariah di pasar modal antara lain berupa surat berharga atau efek. Berdasarkan Undang-undang Nomor 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal (UUPM), Efek adalah surat berharga, yaitu surat pengakuan utang, surat berharga komersial, saham, obligasi, tanda bukti utang, Unit Penyertaan kontrak investasi kolektif, kontrak berjangka atas Efek, dan setiap derivatif dari Efek. Sejalan dengan definisi tersebut, maka produk syariah yang berupa efek harus tidak bertentangan dengan prinsip syariah. Oleh karena itu efek tersebut dikatakan sebagai Efek Syariah. Sampai dengan saat ini, Efek Syariah yang telah diterbitkan

³⁷ Indah Yuliana, *Investasi Prosuk Keuangan Syariah*, (Malang : UIN – Maliki Press, 2010), hlm.46.

di pasar modal Indonesia meliputi Obligasi Syariah dan Unit Penyertaan dari Reksa Dana Syariah.

1. Obligasi Syariah

Obligasi syariah (*Islamic bonds*) di dunia internasional dikenal dengan Sukuk. Sukuk secara terminologi merupakan bentuk jamak dari kata "sakk" dalam bahasa Arab yang berarti sertifikat atau note atau bukti kepemilikan. Sementara itu, Peraturan Bapepam dan LK Nomor IX.A.13 memberikan definisi Sukuk sebagai "Efek Syariah berupa sertifikat atau bukti kepemilikan yang bernilai sama dan mewakili bagian yang tidak tertentu (tidak terpisahkan atau tidak terbagi (*syuyu'/undivided share*)). Sukuk bukan merupakan surat utang, melainkan bukti kepemilikan bersama atas suatu aset/proyek. Setiap sukuk yang diterbitkan harus mempunyai aset yang dijadikan dasar penerbitan (*underlying asset*).

Klaim kepemilikan pada sukuk didasarkan pada aset/proyek yang spesifik. Penggunaan dana sukuk harus digunakan untuk kegiatan usaha yang halal. Imbalan bagi pemegang sukuk dapat berupa imbalan, bagi hasil, atau margin, sesuai dengan jenis akad yang digunakan dalam penerbitan sukuk.

2. Reksa Dana Syariah

Dalam Peraturan Bapepam dan LK Nomor IX.A.13 Reksadana syariah didefinisikan sebagai reksa dana sebagaimana dimaksud dalam UUPM dan peraturan pelaksanaannya yang pengelolaannya tidak bertentangan dengan Prinsip-prinsip Syariah di Pasar Modal. Reksadana Syariah sebagaimana reksa

dana pada umumnya merupakan salah satu alternatif investasi bagi masyarakat pemodal, khususnya pemodal kecil dan pemodal yang tidak memiliki banyak waktu dan keahlian untuk menghitung risiko atas investasi mereka.

Reksadana dirancang sebagai sarana untuk menghimpun dana dari masyarakat yang memiliki modal, mempunyai keinginan untuk melakukan investasi, namun hanya memiliki waktu dan pengetahuan yang terbatas. Reksadana Syariah dikenal pertama kali di Indonesia pada tahun 1997.

d. Kaidah dan Mekanisme Transaksi

Karakteristik Pasar Modal Syariah yang diperlukan dalam membentuk pasar modal syariah (Metwally, 1995) adalah sebagai berikut:

1. Semua saham harus diperjualbelikan pada bursa efek
2. Bursa perlu mempersiapkan pasca perdagangan dimana saham dapat diperjualbelikan melalui pialang.
3. Semua perusahaan yang mempunyai saham yang dapat diperjualbelikan di Bursa efek diminta menyampaikan informasi tentang perhitungan (*account*) keuntungan dan kerugian serta neraca keuntungan kepada komite manajemen bursa efek, dengan jarak tidak lebih dari 3 bulan.
4. Komite manajemen menerapkan harga saham tertinggi (HST) tiap-tiap perusahaan dengan interval tidak lebih dari 3 bulan sekali.
5. Saham tidak boleh diperjual belikan dengan harga lebih tinggi dari HST.
6. Saham dapat dijual dengan harga dibawah HST.
7. Komite manajemen harus memastikan bahwa semua perusahaan yang terlibat dalam bursa efek itu mengikuti standar akuntansi syariah.

8. Perdagangan saham mestinya hanya berlangsung dalam satu minggu periode perdagangan setelah menentukan HST.
9. Perusahaan hanya dapat menerbitkan saham baru dalam periode perdagangan, dan dengan harga HST.

e. Kaidah Syariah Untuk Pasar Perdana:

1. Semua akad harus berbasis pada transaksi yang riil (dengan penyerahan) atas produk dan jasa yang halal dan bermanfaat.
2. Tidak boleh menerbitkan efek hutang untuk membayar kembali hutang.
3. Dana hasil penjualan efek yang diterbitkan akan diterima oleh perusahaan.
4. Hasil investasi yang akan diterima pemodal merupakan fungsi dan manfaat yang diterima emiten dari modal yang diperoleh dari dana hasil penjualan efek dan tidak boleh semata-mata merupakan fungsi dari waktu.

f. Pasar Modal Syariah Internasional

Kepopuleran efek syariah dan keunggulannya mendorong munculnya berbagai indeks ekuitas. Beberapa tahun sebelum kemunculan Jakarta Islamic Indeks, telah ada indeks syariah bermunculan. Dow Jones & Company meluncurkan *Dow Jones Islamic Market Index* (DJIMI) pada Februari 1999, kemudian diikuti kemunculan *Kuala Lumpur Shariah Index* (KLSI) oleh bursa Malaysia pada April 1999, dan *FTSE Global Islamic Index Series* (FTSE-GII) oleh kelompok *Financial Times Stock Exchange* (FTSE) pada Oktober

1999.³⁸ Pada pasar modal syariah ini dilakukan proses *screening* untuk menyaring saham yang sesuai prinsip syariah oleh *Shariah Supervisory Board*.

g. Perbedaan Saham Syariah dan Konvensional

Saham Syariah:

1. Investasi terbatas pada sektor tertentu (sesuai dengan syariah), dan tidak atas dasar utang.
2. Didasarkan pada prinsip syariah (penerapan *loss-profit sharing*).
3. Melarang berbagai bentuk bunga, spekulasi dan judi.
4. Adanya *syariah guideline* yang mengatur berbagai aspek seperti alokasi aset, praktek investasi, perdagangan dan distribusi pendatapan.
5. Terdapat mekanisme *screening* perusahaan yang harus mengikuti prinsip syariah.

Konvensional :

1. Investasi bebas pada seluruh sektor.
2. Didasarkan pada prinsip bunga.
3. Membolehkan spekulasi dan judi yang pada gilirannya akan mendorong fluktuasi pasar yang tidak terkendali.
4. *Guideline* investasi secara umum pada produk hukum pasar modal.

³⁸ Iqbal, Zamir & Mirakhor, Abas. 2008. *Pengantar Keuangan Islam: Teori & Praktik*. Jakarta:Kencana. Halaman: 246

5. Pasar Modal Dalam Perspektif Islam

Pasar Modal Dalam Perspektif Islam³⁹ bagi umat Islam yang menginginkan keselamatan dan kebahagiaan hidupnya di dunia dan di akhirat, segala kegiatan yang dilakukannya harus berpedoman kepada petunjuk al-Qur'an dan hadis Rasul SAW. dan ijthah atau rumusan dan pendapat para ulama yang kredibel, yang memahami seluk beluk alQur'an dan hadis Rasul SAW. Pasar modal adalah salah satu kegiatan perekonomian yang tidak disebutkan dalam al-Qur'an dan Hadits sehingga hal tersebut termasuk dalam kajian ijthadi. Untuk menjelaskan status hukumnya, berikut ini akan penulis sebutkan dan uraikan beberapa dalil dan pendapat beberapa pakar yang berkecimpung di dalamnya :

Pasar modal, sesuai dengan namanya merupakan kegiatan transaksi jual beli yang seharusnya mengikuti ketentuan syari'ah, tidak ada paksaan, tidak ada penipuan, ketidakpastian sesuatu yang dijual dan sebagainya. Dalam al-Qur'an Allah mengingatkan antara lain dalam surah al-Nisa' ayat 29 Allah mengingatkan: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu."

Dalam sebuah hadis dari Abu Hurairah disebutkan: "Rasulullah SAW. mencegah jual-beli dengan lontaran batu kecil dan yang mengandung unsur penipuan."⁴⁰ Dalam lintas awal sejarah Islam, istilah jual beli saham atau investasi

³⁹ H. Romansyah, Pasar Modal Dalam Perspektif Islam, Mazahib: Jurnal Pemikiran Hukum Islam.

⁴⁰ Muslim, Abul Hasan, bin al-Hajjaj, tt., Shahih Muslim, III, Beirut, Darul al-Afaq alJadidah, h.3

belum dikenal, namun mudharabah atau bagi hasil, bisa disebut investasi langsung. Seperti disebutkan dalam kitab Fiqh al-Sunnah bahwa Abu Musa alAsy'aridi Basrah menitipkan sejumlah uang kepada dua orang anak Umar bin Khattab r. a untuk disampaikan kepada orang tuanya di Madinah. Kepada keduanya diizinkan untuk menjadikan uang tersebut sebagai modal usaha selama dalam perjalanan dari Basrah ke Madinah, yang keuntungannya akan dibagi antara mereka berdua sebagai pengusaha dengan bapaknya sebagai pemilik modal dengan janji apabila harta tersebut binasa, maka keduanya akan bertanggung jawab.⁴¹ Dari riwayat di atas maka dapat dijadikan sebagai acuan dan dibenarkan dalam kegiatan pasar modal bila emiten menjamin pembagian deviden dan pelunasan emisi-nya.

Menurut Ibn Taimiyah, seperti yang dikutip oleh A. A. Islahi bahwa seluruh kegiatan perekonomian itu di bolehkan, kecuali yang secara eksplisit dilarang oleh syariat.⁴² Karena pasar modal itu tidak ada nash yang melarang maka boleh saja dilaksanakan, selama batas usahanya tersebut tidak bertentangan dengan syariat Islam.⁴³ Sofyan Syafri Harahap menambahkan kata Islami setelah pasar modal, dimana dia mengatakan bahwa pasar modal Islami sama saja dengan pasar modal konvensional, namun surat-surat berharga atau saham yang diperdagangkan harus sesuai dengan syariat Islam dan perusahaan yang memperdagangkannya harus perusahaan yang tidak menyalahi syari'at. Artinya, tidak boleh ada unsur penipuan, kezaliman, unsur riba, insider trading window

⁴¹ abiq, Sayid, Fiqh al-Sunnah, II, Maktabah Syamilah. hal. 203

⁴² A.A. Islahi,. Konsepsi Ekonomi Ibn Taimiyah, terjemahan oleh Anshori Thayyib, (Surabaya: Bina Ilmu, 1997), h. 188

⁴³ Lubis, Syahrawati,. Hukum Ekonomi Islam, (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), h. 91

dressings dan transaksi yang tidak jujur lainnya.⁴⁴ Ulama klasik tidak membahas pasar modal karena belum mengenalnya. Tapi ulama atau ilmuwan hukum Islam kontemporer mengenal dan membahas tentang efek, investasi yang menggunakan saham dengan istilah Syirkah Musahamah.

Dr. Kamil Musa mengatakan bahwa syirkah musahamah adalah suatu bentuk perkongsian dimana modal pokoknya dibagi atas saham-saham yang sama jumlahnya ditambah dengan penyertaan modal (perkongsian tersebut). Para pihak yang berkongsi tidak akan dimintai tanggung jawab melebihi nilai saham yang dimilikinya.⁴⁵ Abdul Aziz Al-Hayyat menelorkan fatwanya tentang kebolehan syirkah musahamah ini sebagaimana dibolehkannya syirkah-syirkah amwal yang lain dengan syarat terlepas dari unsur riba dan hal-hal yang dilarang oleh syara'.

Beliau beralasan bahwa syirkah musahamah ini sesuai dengan aturan-aturan syirkah inan dalam fiqh Islam.⁴⁶ Pada dasarnya persekutuan modal seperti yang dikenal dengan istilah syirkah musahamah boleh dilakukan oleh umat Islam, apabila dalam operasional perusahaan itu tidak mengandung hal-hal yang dilarang dalam Islam. Para investor boleh menikmati deviden yang dibagikan oleh perusahaan setiap akhir tahun. Namun jika dalam operasionalnya tersebut terdapat unsur-unsur riba ataupun memproduksi barang dan jasa yang dilarang oleh Islam, maka pembelian saham yang dilakukan oleh investor menjadi haram.⁴⁷

Dalam mencermati perkembangan selanjutnya tentang pelaksanaan pasar

⁴⁴ Harahap, Sofyan Syafri, *Akuntansi Islam*, (Jakarta: Bumi Aksara, 1999), h. 107-108

⁴⁵ Musa, kamil, *Ahkam al-Muamalat*, (Beirut: Muassasah ar-Risalah, 1994), h. 351

⁴⁶ Fikri, Ali. T.th. *al-Muamalat al-Madiyyah wa al-Adabiyyah*, Cet. I, (Kairo : Matba'ah Mustafa al-Nbaya al-Halaby wa Auladuh), h. 55

⁴⁷ al-Salus, Ali Ahmad, *Al-Muamalat al-Maliyyah al-Muasirah fi Mizan al-Fiqh al-Islami*, Cet.2,(Kairo: Daral-I'tisam, 1987), h. 170

modal ini, tentunya masih ada beberapa kendala yang mesti dicermati dan dikaji lebih dalam. Pasar modal sangat terkait dengan usaha pinjam-meminjam dan implikasinya akan berdampak atau menyerempet kepada persoalan riba dan timbulnya spekulasi-spekulasi. Umer Chapra berpendapat bahwa ada sejumlah faktor yang dapat menimbulkan gerakan tidak sehat dan sukar diramalkan pada harga-harga saham. Salah satunya yang paling penting adalah spekulasi tidak stabil, yang terdiri di antaranya pembelian ke depan (*forward purchase*) atau penjualan saham margin tanpa bermaksud mendapatkan atau mengambil penyerahan aktiva.

Para spekulasi mencoba mendapatkan keuntungannya dari perbedaan harga, dan hanya melakukan transaksi jangka pendek. Dia membeli dan menjual sesuatu yang tidak ia konsumsi atau tidak ia gunakan dalam bisnisnya, dimana ia tidak bekerja dan tidak menambah suatu nilai.⁴⁸ Seperti halnya monopoli, Islam juga melarang usaha spekulatif yaitu usaha yang pada hakikatnya merupakan gejala untuk membeli sesuatu dengan harga yang murah, pada waktu yang lain akan menjualnya dengan harga yang mahal. Terungkaplah kenyataan bahwa para spekulasi pertama-tama tertarik pada keuntungan pribadi tanpa memperdulikan kepentingan orang banyak.

Karena spekulasi sempurna cenderung menghancurkan diri sendiri, maka kebanyakan spekulasi dengan cara yang tidak jujur berusaha menciptakan kelangkaan barang dan komoditi secara dibuat-buat, dengan demikian terciptalah suatu tekanan inflasi pada ekonomi. Transaksi spekulatif ini dipandang oleh

⁴⁸ Chapra, M. Umer, *Al-Qur'an Menuju Sistem Moneter yang Adil*, diterjemahkan oleh : Lukman hakim, dari *Towards al-Qur'an Just Monetary System*, (Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1997), h. 5

ekonomi Islam dari dua sudut pandang. Pertama, transaksi spekulatif dianggap sebagai jenis perjudian karena mengakibatkan keuntungan dan kerugian tanpa meningkatkan kegunaan barang yang dipertukarkan. Kedua, transaksi spekulatif dipandang dari nilai implisitnya, sebagai penjualan dan pembelian sesuatu yang tidak dimiliki atau tidak diinginkan akan kelanjutan usahanya.⁴⁹

Spekulasi pasar modal sesungguhnya cenderung mengguncangkan harga melalui pembelian yang berlebihan, ketika harga diperkirakan meningkat, atau penjualan manakala diperkirakan akan turun. Dalam kenyataannya, dikarenakan rumor yang sengaja disebarkan oleh orang dalam dan mereka yang mempunyai kepentingan tertentu, ada gelombang pembelian dan penjualan spekulatif yang melaju di satu arah yang sama, menjurus pada spekulasi yang tidak normal dan tidak sehat. Yang paling penting adalah bagaimana tetap mempertahankan 100 % margin, yaitu sama dengan pembelian tunai untuk menghapuskan adanya unsur riba. Dengan penghapusan pembelian margin, peluang bagi para spekulan sendiripun jadi dibatasi dengan sendirinya. Satu-satunya akibat yang ditimbulkan oleh langkah seperti itu adalah volume perdagangan jangka pendek di pasar modal sedikit berkurang tetapi dampaknya justru akan menyehatkan perdagangan jangka panjang.⁵⁰

Resep-resep kebijaksanaan di atas yaitu penghapusan spekulasi pasar modal dan penerapan bagi hasil dengan pembayaran tunai telah disarankan karena keduanya akan menjamin sehatnya pasar modal yang sangat penting bagi jalannya

⁴⁹ Kahf, Monzer, *Ekonomi Islam (Telaah Analitik Terhadap Fungsi Sistem Ekonomi Islam)*, diterjemahkan oleh Machnun Husein, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), h. 108

⁵⁰ Chapra, M. Umer, *Al-Qur'an Menuju Sistem Moneter....*, h. 73-74

perekonomian atas dasar modal sendiri yang efisien. Penghapusan riba dan penerapan sistem hanya pembelian dengan tunai di pasar modal membuahkan perilaku harga saham yang teratur, dan melindungi investor. Meskipun demikian masih ada bentuk lain yang harus diterapkan sesuai dengan ajaran-ajaran Islam sehingga mampu membatasi praktik-praktik tidak sehat yang menciptakan suatu kondisi yang mendestabilisasi di pasar modal dan menjarah kepentingan umum. Ini harus meliputi:

- a) Keterbukaan semua bahan material pada modal;
- b) Sistem bagi hasil yang ditawarkan pada pasar perdana dan sekunder;
- c) Memotong praktik-praktik perdagangan yang tidak fair;
- d) Membatasi manipulasi harga patungan yang dilakukan oleh perantara, direktur atau pemegang saham besar, dan spekulan lain atas dasar pengetahuan mengenai pasar modal yang diperoleh dari orang 'dalam' dan lain-lain.⁵¹

Tidak kalah pentingnya adalah perlunya dibenahi pengorganisasian pasar modal yang memadai bagi pembiayaan suatu usaha dengan modal sendiri yang merupakan elemen kunci dalam reorganisasi suatu perekonomian yang sejalan dengan aturan Islam. Masalah ini belum mendapat perhatian yang memadai dari para ekonom Islam, dan juga masalah pembaharuan perusahaan patungan berdasarkan ajaran Islam, untuk menjamin imbalan yang adil bagi investor.

⁵¹ Omer Chapra, Ibid, hal. 75-76

DAFTAR PUSTAKA

- A. Abdurrahman, Ensiklopedi Ekonomi Keuangan dan Perdagangan, Jakarta: Pradya Paramita, 1991.
- A.A. Islahi, *Konsepsi Ekonomi Ibn Taimiyah*, terjemahan oleh Anshori Thayyib, Surabaya: Bina Ilmu, 1997.
- Abdullah Taman dkk. *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*. Jurnal Nominal / Volume Ii Nomor I / Tahun 2013.
- Akhmad ndori. Jurnal: *pengaruh sistem informasi akademik dan kualitas layanan terhadap kepuasan mahasiswa di politeknik ilmu pelayaran semarang*.2009. J. Sain dan Tek. Maritim Vol. XIII No.2 maret 2015.
- Amirudin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum* Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Anoraga, Panji, dkk., *PasarModal, Keberadaan dan Manfaatnya Bagi Pembangunan*, Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah., *Metode Penelitian Kuantitatif*, Cet. VII (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2012.
- Chapra, M. Umer, *Al-Qur'an Menuju Sistem Moneter yang Adil*, diterjemahkan oleh : Lukman hakim, dari *Towards al-Qur'an Just Monetary System*, Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Wakaf, 1997.
- Danang Sunyoto, *Praktik Riset Perilaku Konsumen Teori, Kuesiner, Alat dan Analisis Data* (Yogyakarta: CAPS,), 2014.
- Dawi Priyatno, *Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS*, Yogyakarta,: Mediakom. 2010.
- Departemen Pedidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Gramedia, 2011).
- Dona Kristiawan.2016.*Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik (Siakad Online) Di Fkip Uns Dan Pengaruhnya Terhadap Manfaat Peningkatan Kualitas Pembelajaran*.Fkip UNS Surakarta.
- Dr.mutiara S.Panggabean, M.E. *Manajemen sumber daya manusia*, (bogor: Ghalia Indonesia), 2002.

Duwi Priyanto, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Dan penelitian SPSS* . Yogyakarta: Gava Media, 2010.

———. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta:CV Andi, ,2012.

———. *SPSS HANDBOOK (Analisis data, olah data dan penyelesaian kasus-kasus statistik)*.Yogyakarta: Mediakom, 2016.

Eka Mulyati.*Kualitas Produk Dan Jasa Dalam Pemasaran*.Jakarta:Indeks, 2010.

Emzir, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (PT Raja Grafindo, Jakarta, 2012).

Hamzah Ahmad dan Nanda Santoso. *Kamus Pintar Bahasa Indonesia*. Surabaya: Fajar Mulya. 1996.

Hartono, Jogyanto. *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Andi, 2007.

Http: Ridwan202.Wordpress.Com/2013/02/11/Kualitas-Pelayanan-Dalam-Islam.

Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta:PT Gramedia,2003, dikutip oleh Ida Manuliang, ” *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Penerbangan PT Garuda Indonesia airlines di Bandara Polonia Medan*, tesis, Universitas Sumatra Utara.

Husein Umar,, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. 2003.

Hutasoit. *Pelayanan public dan teori dan aplikasi*.MAGNAScript.jakarta. 2011.

Iqbal Hasan, *Analisia Data Penelitian dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Ismatullah. 2014. *Analisis Penerapan Sistem Informasi Akademik (Siakad) Online Di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*. Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sultan Ageng Tirtayasa:Serang.

Jogyanto, H.M.*Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*, Yogyakarta: Andi Ofset, 2007.

Kasmadi dan Nia Siti Sunariah. *Panduan Moderen Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeth 2013.

Kotler Philip. *Manajemen Pemasaran*. (Alih Bahasa: Hendra Teguh dan ronny A Rusly). Jakarta; PT. Prenhallinda, 2000.

Kuswadi. *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo. 2004.

M. Guntur, Effendi. *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Sagung Seto, 2010.

M. yunus, *pengaruh pelayanan islami karyawan terhadap minat nasabah menabung dengan akad syariah di bmt mitra muamalat kudas*, raja grafindo husada, Jakarta, 2012.

Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Rineka Cipta, Jakarta, 2004).

Modul System Informasi Akademik IAIN Raden Intan Lampung tahun 2013.

Mugiono. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Pembeli) Di Pasar Kota Malang*. WACANA Vol. 13 No. 4 Oktober 2010 ISSN. 1411-0199 554.

Oktaviani, Dien Novita. jurnal: *Evaluasi Kesuksesan Sistem Informasi Pemasaran Berbasis Website Pada ENCAR Daihatsu Palembang Dengan Pendekatan Model DeLone Dan McLean*. STMIK GI MDP, Palembang. 2011.

Pabundu Tika, *Metodelogi Riset Bisnis*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2006).

Philip Kotler, Lane Keller, *Marketing Management*, Pearson: Global Edition, 2012, dikutip oleh Muhammad Adam, *manajemen pemasaran jasa*, bandung: alfabeta 2015.

Prasetyo Edi N. SKRIPSI: *Pengaruh keragaman produk dan pelayanan terhadap loyalitas konsumen pada swalayan "agro sartika" gemolong di kabupaten sragen*. unes. 2007.

Rambat Lupioadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*., Jakarta: Salemba Empat, 2000.

Sirhan Fikri dkk. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang. Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 3 No.1, Januari 2016.

Sitompul, Asril, *Pasar Modal (Penawaran Umum dan Permasalahannya)*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1996.

Stanton, William J, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta : Erlangga, 2006.

Subagyo, dkk., *Bank dan Lembaga-lembaga Keuangan Lainnya*, Yogyakarta: STIE-YKPN, 1999.

Sugiono. *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&G*. Bandung: Alfabeta. 2013.

Sumandi Suryabrata, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1998).

Sumantoro, *Pengantar Tentang Pasar Modal di Indonesia*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 1990.

Sunariyah, *Pengantar Pengetahuan Pasar Modal*, Yogyakarta: UPP Akademi Manajemen Perusahaan YKPN, 2000.

Sutrisno Hadi, *Metode Research*. (Yogyakarta : ANDI,2002).

Tjiptono Fandy. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media, 2007.

————— *Pemasaran Jasa* .yogyakarta : CV ANDI, 2014.

————— *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta:, Bayumedia, 2011.

————— *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Kesebelas, Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia, 2009.

————— *Total Quality Management*, Yogyakarta: ANDI, 2000.

————— *strategi pemasaran*.edisi kedua Yogyakarta: ANDI, 2004

Toni Wijaya. *Manajemen Kualitas Jasa* ,Indeks, Jakarta, 2011.

Wadya, Raja. *School organitation*. *Journal of education*. 2006.

Wahyudi,reza dkk. *pengaruh kualitas sistem, informasi dan pelayanan siacad terhadap kepuasan mahasiswa*.Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 23 No. 2 Juni 2015.

Yuda Bagja Putra, Skripsi: *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Dan Penetapan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Hotel Arwana di Jakarta*, universitas negri semarang .2007.

Zulian Yamit. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ekonisia, Jakarta. 2005.